

Библиографический список

1. База данных ФОМ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bd.fom.ru/> (дата обращения 15.04.2016).
2. Демографическое старение населения Российской Федерации (по материалам Госкомстата России) // Вестник статистики. – 2000. - № 1. – С. 57–62.
3. Елютина М.Э, Чеканова Э.Е. Пожилой человек в образовательном пространстве современного общества // Социс. – 2003. - № 7. – С. 43–49.
4. Зборовский Г.Е. Теория социальной общности. Екатеринбург: Гуманитарный университет. – 2009. – С. 304.
6. Корель Л.В. Социология адаптации: вопросы теории, методологии и методики. Новосибирск: Наука. – 2005. – С. 424.
7. Мнацаканян М.О. Социальное поведение, социальные общности, социальная реальность // Социс. – 2003. - № 2. – С. 21–28.
8. Психология развития / под ред. А.К. Болотовой и О.Н. Молчановой. – М.: ЧеРо. – 2005. – С. 524.
9. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 10.04.2016).
10. Ядов В.А. Размышления о предмете социологии // Социологические исследования. – 1990. - № 2. – С. 6–13.

УДК 304.3

А. И. Фарафонова,

студент,

П.А. Амбарова,

Доцент,

Уральский федеральный университет,

Екатеринбург, Россия

CHILDE-FREE КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ

Аннотация. В статье показаны истоки возникновения и сущность явления чайлдфри. Раскрывается значение социальных сетей для распространения мировоззрения чайлдфри. Показаны основные причины распространения этого явления в современном обществе. Называются возможные способы преодоления его негативных последствий.

Ключевые слова: чайлдфри, семья, дети, «бездетное» мировоззрение, семейные отношения, репродуктивное поведение.

A. Farafonova

student,

P.A. Ambarova,

associate professor,

Ural Federal University,

Yekaterinburg, Russia

CHILDE-FREE AS A SOCIAL PHENOMENON

Abstract. The article shows the origins and essence of the phenomenon childfree. Reveals the importance of social networks for spreading ideology of childfree. Shows the main causes of the spread of this phenomenon in modern society. Possible ways to overcome its negative effects are shown.

Keywords: childfree, family, children, 'childless' consciousness, family relationships,

reproductive behavior.

В 1970-е гг. в США появилась особая социальная общность, которая своим семейно-брачным поведением опровергала устоявшееся представление о том, что «дети – это цветы жизни». Эта социальная общность и модель их поведения получили название «childe-free», что дословно переводится как «свобода от детей». Сегодня это явление, изначально характерное только для американского общества, стало характеризовать развитие семейно-брачных отношений и репродуктивного поведения населения различных стран, прежде всего европейских. Не обошло оно стороной и Россию.

У чайлдфри есть свои носители (приверженцы), формирующие и распространяющие свое особое «бездетное» мировоззрение. Для них отсутствие детей – одно из основных условий создания успешной карьеры и обеспеченной жизни. Сторонники чайлдфри убеждены, что, избавившись от «демографического долга», люди смогут в большей степени реализовать потребности в саморазвитии, самореализации, достижении успеха. Для многих из них понятия «childe-free» и «успех» являются синонимами.

Представители этой социальной общности неагрессивны: они ни к чему никого не призывают, не навязывают своих представлений и образ жизни другим. Но в то же время их образ жизни, поведение так или иначе влияет на других людей, прежде всего, молодежь, среди которой появляется все больше и больше желающих «исповедовать» чайлдфри.

Мощным каналом распространения чайлдфри является Интернет. Современные люди постоянно испытывают влияние новых технологий в разных сферах своей жизни. И это влияние таково, что оно способно легко затронуть фундаментальные истины и ценности, казалось бы, устоявшиеся на века. Для молодежи Интернет является ведущим фактором социализации. Через него она получает знание о новых ценностях и стиле жизни.

Социальные сети все чаще становятся каналом распространения образа жизни сторонников «childe-free». Они свободно и интересно демонстрируют его в своих аккаунтах. Чаще всего сюжетами становятся усердная работа, повышение в должности, проведение свободного времени (вечеринки с друзьями, увлекательные и частые путешествия, посещение красивых и престижных мест), показ новой одежды и аксессуаров. Сторонники чайлдфри тем самым показывают, что такая «красивая» жизнь невозможна, если в семье есть или будет ребенок. С его появлением все это можно потерять навсегда.

Несмотря на то, что социальные сети не являются прямым каналом влияния воздействия на сознание и поведение людей, тем не менее, они запускают механизмы социального подражания. Люди, которые просматривают новости, представленные на страницах сторонников чайлдфри, подсознательно начинают завидовать такой «роскошной» жизни. Вслед за этим возможно изменение их представлений о жизни, счастье, предназначении, потребностей и ценностных ориентаций, связанных с семьей. Естественно, ребенок не вписывается в этот образ успешной жизни, напротив, становится преградой на пути к нему. Таким образом, под влиянием социальных сетей образ жизни чайлдфри распространяется в обществе, в том числе и российском.

Одним из ключевых факторов, влияющих на поведение людей и влекущих за собой изменение их представлений, является их материальное положение. Молодые люди, представляя себя в роли будущих родителей, прежде всего, думают о том, на что они будут содержать ребенка. При этом решение отказаться от рождения ребенка связано не столько со страхом отсутствия возможности обеспечить его необходимым (питанием, одеждой). Они думают о том, смогут ли они обеспечить ему достойный (с их точки зрения

уровень жизни), жизненные шансы и возможности. Кто-то возможно думает и о том, что не сможет обеспечить себе и своему ребенку доступа к предметам роскоши, путешествиям, комфорту, успеху.

Еще одной причиной отказа от детей является доминирование потребности в стабильности, экономической и социальной защищенности, которые в современном обществе чаще всего обеспечиваются успешной карьерой и постоянной, интенсивной работой. Например, в сознании молодых россиян существует противоречие: с одной стороны, они понимают, что российским законодательством для родителей (и мамы, и папы) предусмотрен декретный отпуск, с другой – есть опасения потерять работу и другие социальные возможности, связанные с ней. Основания для таких опасений есть и связаны они с нарушениями Трудового кодекса некоторыми работодателями и практически отсутствием эффективных мер привлечения их к ответственности.

Особо стоит назвать еще одну причину, связанную, прежде всего, с молодыми женщинами. Многие из них сегодня стремятся к самореализации и саморазвитию и не включают в эту траекторию представления о такой социальной роли, как мать. Даже те, кто на самом деле потом становится матерью и испытывает затем ролевой конфликт. Многие женщины принципиально не хотят тратить даже трех лет на воспитание ребенка, считая, что за это время можно многого достичь в карьере и профессиональном развитии. А воспитание ребенка, по их мнению, это большой риск, который делает неопределенными результаты. Позицию таких женщин замечательно представил в романе «Будущее» российский писатель Дмитрий Глуховский: «Принято считать, что дети едят молоко. На самом деле они жрут время. Молоко они, конечно, тоже поглощают, – когда не корчатся, пытаясь испражниться, или не утомились от первых двух действий и не забылись кратким тревожным сном. И мысли они сжирают тоже – всё, кроме мыслей о самих себе. Так они выживают» [1, с. 282].

На увеличение числа сторонников чайлдфри среди женщин влияет поведение работодателей. Работодателя пугает ограниченная трудоспособность молодых женщин, имеющих детей или планирующих уйти в декрет по уходу за ребенком. При приеме на работу у таких работодателей возникают сомнения относительно возможности трудоустройства молодых женщин. Несмотря на то, что это является нарушением Трудового кодекса РФ, практически никто из женщин, пострадавших от такой формы дискриминации, не подает в суд. Под влиянием отрицательного опыта других многие молодые женщины задумываются и реально выбирают такой способ самовыражения и самореализации, как работа, а не семья и рождение ребенка.

Чайлдфри, как и любое социальное явление, имеет как стороны, так и отрицательные стороны. Для России это явление относительно новое, но уже пустившее корни в определенных слоях населения. Отказ от традиционных семейных и человеческих ценностей и норм поведения, конечно же, вызывает в обществе дискуссии и по-разному оценивается институтами государства, образования, церкви. Многие россияне как носители традиционных ценностей не воспринимают новые тенденции и представления о сознательно выбранной бездетности.

Классическое определение семьи как одной из самых важных «ячеек общества», выполняющей репродуктивную функцию, а также функцию первичной социализации человека, входит в противоречие с представлениями о чайлдфри. А.Г. Кислов назвал отказ от рождения собственного ребенка как насущного Другого вариантом эскапизма на грани суицида, только перенесенного с себя на возможное свое потомство [2]. У эскапизма богатая предыстория, в том числе в связи с демографическим поведением населения, с отношением к телу, деторождению и детям. Наиболее ярким выражением эскапизма выступает феномен скопчества в том его значении, которое указывает на иссечение репродуктивных органов.

Проблема распространения чайлдфри требует особого комплексного решения. По мнению, Кислова А.Г., только при взаимодействии общества, органов власти и образования можно разработать комплекс мер по воспитанию подрастающего поколения и освоения родительских ролей. Одной из возможных форм репродуктивного и семейного воспитания молодого поколения могут быть мастер-классы. Их влияние будет более эффективным, если они будут проводиться авторитетными людьми (представителями референтных групп). Среди них обязательно должны быть люди, успешные и в семье, и в карьере, удачно сочетающие такие важные роли как «родитель» и «профессионал».

Эффективным способом формирования адекватных социальных ролей может быть социальная реклама, которую смотрят миллионы людей, включая и молодежь. Социальная реклама должна быть одновременно мотивирующей и объективной. Она должна продвигать идею о том, что в семье, как и в профессии, и бизнесе, необходимо быть предприимчивым, целеустремленным, думающим. В этой связи следует согласиться с мнением Е. Сивановой: «Никто и не говорил, что быть родителем легко. И чем старше становятся твои дети, тем родительская ноша тяжелее. Спасает только то, что с годами мы сами мудрее становимся и всё-таки решения принимать проще» [3].

Библиографический список

1. Глуховский Д. Будущее. – М.: АСТ. – 2013. – С. 476.
2. Кислов А.Г., Шапко И.В. Социальный чайлдфри-симптом // Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования: матер. XVIII Междунар. научн.-практ. конф. Памяти проф. Л.Н. Когана (19–20 марта 2015 г., Екатеринбург, УрФУ). – Екатеринбург: УрФУ. – 2015. – С. 2171–2182.
3. Отцы и дети [Электронный ресурс]. URL: <http://citaty.info/tema/otcy-i-deti> (дата обращения 14.04.2016).

УДК 316.334.23

Н. В. Филиппова,

магистрант,

П. А. Амбарова,

доцент,

Уральский федеральный университет,

Екатеринбург, Россия

РАЗВИТИЕ СТУДЕНЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Аннотация. Рассматривается отношение российских студентов к предпринимательству. Обобщены результаты социологических исследований мнений студенческой молодежи о развитии предпринимательства в молодежной среде. Представлен опыт зарубежных стран по поддержке студенческого предпринимательства в вузе.

Ключевые слова: студенчество, предпринимательство, студенческое предпринимательство.